

ТУРИЗМ И ЛЕСООХОТНИЧЬЕ ХОЗЯЙСТВО

УДК 338.482

Д. А. Бессараб

Белорусский государственный университет физической культуры

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПОТЕНЦИАЛА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье приводятся взгляды автора на изменение мотивов формирования целевых установок путешествующих лиц на современном этапе развития туризма. Отмечено, что к концу XX в. туризм приобрел массовый характер, стал разнообразным по спросу и предложению и постепенно трансформировался в глобальное социально-экономическое явление. На современном этапе изменилась сущность туристического путешествия. Последнее стало доступно значительной массе населения с самыми различными вкусами и потребностями. Производство туров было поставлено на промышленную основу с подключением информационной индустрии и индустрии досуга, которые понятным языком и с максимально упрощенным содержанием разъясняли значение туристического путешествия. Тем самым происходило формирование «туристической моды» и системы массового потребления в туризме, основанной на тиражируемой мифологии. В данном случае «мифологию места», потенциально привлекательного для массового туриста, и «мифологию вида путешествия», соответствующего недостаточно четко оформленным стремлениям значительной группы людей, для которых информация размыта и носит в большей степени вербальный характер.

В преломлении на экологический туризм совершенно не принимается во внимание такой факт, что территория Беларуси является классической зоной развития краевых ледниковых образований. В широком смысле под словом «классика» понимают нечто, имеющее образцовое значение, нечто в значении лучшего, совершенного, наконец, первого в своем роде, имеющего непреходящую ценность. Ледниковые покровы, распространяющиеся на территории Беларуси в четвертичном периоде, и постледниковые процессы не только определили современный облик подстилающей поверхности страны, но и нанесли значительный отпечаток на особенности организации хозяйственной жизни и ментальной организации нашего народа, выделяя его из числа других. Кроме того, с деятельностью ледников связано размещение на территории Беларуси уникальных природных объектов и этнографических традиций, не имеющих аналогов в Европе, либо находящихся в единичном числе и располагающихся на крайне ограниченных площадях. Управляемая «мифологизация» этих объектов может стать важнейшим условием формирования туристической специализации Беларуси в области экологического туризма.

Ключевые слова: туризм, этапы развития туризма, цель путешествия, массовая культура, тиражируемая мифология, экологический туризм, потенциал экологического туризма.

D. A. Bessarab

Belarusian State University of Physical Culture

THE QUESTION OF USING POTENTIAL OF ECOLOGICAL TOURISM OF THE REPUBLIC OF BELARUS

The author's views of change of motives of formation of purposes of the traveling persons at the present stage of development of tourism are given in article. It is marked that by the end of the 20th century tourism acquired mass character became a various on supply and demand, and it was gradually transformed to the global social and economic phenomenon. At the present stage the entity of tourist traveling changed. Last became the well considerable mass of the population with the most different tastes and needs. Production of tours was delivered on an industrial basis with connection of information industry and industry of leisure which clear language and with most asked contents explained value of tourist traveling. Thereby there was a formation of a "tourist mode" and the system of mass consuming in tourism based on the replicated mythology. In this case "place mythology", potentially attractive to the mass tourist and "mythology of a type of the traveling" corresponding to insufficiently accurately

issued aspirations of the considerable group of people for which information is vague and verbal character wears, more.

In refraction on ecological tourism, such fact isn't taken into account at all that the territory of Belarus is a classical zone of development of edge glacial educations. In a broad sense under the concept "classic", understand something, the having sample value, something in value of the best, perfect, at last, the first in own way, having inherent value. The glacial covers which are spreaded to the territories of Belarus in the Quaternary Period and post-glacial processes not only defined the modern look of the spreading surface of the country, but also applied the considerable print on features of the organization of economic life and the mental organization of our people, selecting it from among others. Besides, placement in the territory of Belarus of unique natural objects, and the ethnographic traditions which don't have analogs in Europe, or, being in single number and settling down on extremely limited squares is connected to activities of glaciers. Controlled "mythologization" of these objects can become the most important condition of formation of tourist specialization of Belarus in the field of ecological tourism.

Key words: tourism, tourism development stages, the travel purpose, mass culture, the duplicated mythology, ecological tourism, potential of ecological tourism.

Введение. Как известно, в настоящее время значительное число авторов [1, 2 и др.] выделяют четыре этапа в развитии туризма:

- от древнейших времен до начала XIX в. (отдельные авторы считают, что до середины XIX в.), называя этот период, как правило, раннеисторическим или предысторией туризма;

- от начала XIX в. до начала XX в. (до 1914) – начальный период, или развитие элитарного туризма;

- от начала XX в. до 1 сентября 1939 г. (с 1914 по 1945 г.) – период развития туризма, или начало становления массового туризма;

- с 1945 г. и по настоящее время, называя этот период современным.

К концу XX в., вступив в нынешний этап своего развития, туризм приобрел массовый характер, а следовательно, стал разнообразным по спросу (возраст, образование, социальное положение и пр.) и предложению и постепенно трансформировался в глобальное социально-экономическое явление. В это время, наряду с массовыми путешествиями, происходит формирование туристической индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма.

Соответственно, изменение статуса туризма привело и к изменению целей путешествий. На протяжении первых двух этапов развития ввиду их крайней спорадичности путешествий, сравнительной узости и конкретности целей требовалось наличие глубоких и точных знаний о предполагаемом месте пребывания, и прежде всего, в области географии и истории. В этой связи наибольший интерес представляла оценка условий, в которых происходило путешествие, то, как непосредственно оно было организовано в каждом конкретном случае, какой спектр услуг и эмоций получал его участник, т. е. то, что составляет саму суть этого процесса. В то время путешествия не имели массового распространения, длились долго, естественно, его уча-

стники вели подробные записи и дневники, в которых хранится большое количество ценнейшей информации [3–7 и др.].

Основная часть. Современный же этап, как было отмечено выше, изменил саму сущность туристического путешествия. Последнее стало доступно значительной массе населения с самыми различными вкусами и потребностями. И производство туров было поставлено практически на промышленную основу с подключением информационной индустрии (прессы, телевидения, новостных программ, ток-шоу и т. д.) и индустрии досуга, которые понятным языком и с максимально упрощенным содержанием разъясняли значение туристического путешествия. Тем самым происходило формирование «туристической моды» и системы массового потребления в туризме. В результате туризм постепенно стал становиться составной частью массовой культуры, выводящей на ведущее место не интересы личности как таковой, но интересы некой массы людей, а размытые интересы общества стали выше конкретных интересов личности. Следует констатировать, что в настоящее время формирование туристической услуги представляется, в первую очередь, в виде некоего технологического процесса, а ее потребление становится (во многом благодаря налаженной системе продвижения) и представляется как одна из важнейших целей существования человека и реализации его потребностей.

Технология производства туристического продукта в первую очередь базируется на постулате, что тур должен удовлетворять потребности определенной группы потребителей, а ее выбор и детализация потребностей является важнейшим фактором, определяющим коммерческую успешность сформированного туроператором путешествия.

Кроме того, к началу XXI в. изменилась сущность массовых коммуникаций. В настоящее время практически нет недостатка в возможностях

доступа к достоверной информации и способов ее тиражирования, что, естественно, не могло не отразиться и на способах определения целевых установок при выборе вида и направления туристического путешествия массовым потребителем. Если туризм рассматривать как одно из проявлений массовой культуры, то существует необходимость учитывать одну из важнейших ее составляющих, а именно – тиражируемую мифологию. В данном случае «мифологию места», потенциально привлекательного для массового туриста, и «мифологию вида путешествия», соответствующего недостаточно четко оформленным стремлениям значительной группы людей, для которых информация размыта и носит в большей степени вербальный характер.

Таким образом, на ведущие роли в разработке и формировании тура, надо полагать, будет выходить инновационное осмысление имеющихся туристических ресурсов и попытка подачи их в процессе тура не как имеющуюся данность, обладающую некими несомненными ценностями, а через призму возможного возбуждения потенциального интереса массового потребителя, подогреваемого тиражированием понятных для него ценностей. В данном случае разрабатываемый туристический продукт обладал бы возможностью формирования не устоявшегося, а, зачастую, и не существующего спроса, что особенно важно в условиях, когда некая местность обладает довольно ограниченным, с точки зрения массового потребления, набором туристических ресурсов.

В обществе массового потребления, важной составной частью которого в настоящее время является и туризм, байки и анекдоты представляют собой наиболее четкое и точное отражение действительности и свидетельствуют о значимой важности события, персонажа или места действия для массового потребителя. Это очень точно сформировано у Петра Вайля: «...прежде чем обратиться собственно к творениям Джотто, стоит отметить собственное – но исключительно важное – доказательство его места в культуре. О других великих художниках Ренессанса рассказывают истории. О Джотто – анекдоты. Это критерий безошибочный. Чапаев всегда будет важнее Котовского, чукча – звенка, поручик Ржевский – любого генерала: вне зависимости от объективных качеств и заслуг» [8, с. 297–298].

Примеры «мифологизации» места или отдельной личности в туризме, повлекшей существенное увеличение потенциального, да и реального спроса, существуют в большом количестве. Так, например, в местечке Бран, в Трансильвании, в замке XIV в., согласно легенде,

ночевал воевода Влад Цепеш-Дракула – известный персонаж книги Брэма Стокера. Но всемирную славу замок получил в 2008 г. после выхода на экраны фильма Кэтрин Хардуик «Сумерки», снятого по мотивам одноименного бестселлера (2005) Стефани Мейер, в котором рассказывается о любви семнадцатилетней девушки Изабеллы Свон и вампира Эдварда Каллена. По имеющейся информации [9], согласно результатам исследования, проведенного компанией *Travelex Worldwide Money*, каждый пятый поклонник фильма «Сумерки» после просмотра четвертой части мечтает о поездке в Трансильванию. А по данным статистики, после выхода на экраны фильма «Сумерки. Сага. Рассвет: часть 1» турпоток в эту часть Румынии увеличился на 50%, среди лидеров – американцы и британцы. Примечательно, что половина опрошенных признались, что до просмотра фильма считали Трансильванию вымышленным местом. Туроператоры Румынии также подтверждают рост числа туристов. Так, они отмечают, что в течение трех лет с момента выхода первого фильма саги количество туристов из Великобритании увеличилось на 80%, а за четыре недели октября 2011 г. объем бронирования в отелях вырос на 50% по сравнению с аналогичным периодом 2010 г.

А, например, как известно, становление пляжно-купального туризма в современном его понимании приходится на вторую половину прошлого столетия, когда путешествия стали общедоступны практически всем слоям населения. В этих условиях пляжно-купальный отдых стал чрезвычайно востребованным, прежде всего, в силу возможности максимально сократить «производственную» активность и получить возможность предельно расслабиться. У итальяцев существует выражение *dolce far niente* – «сладкое ничегонеделанье» – практически идеальная формула, отражающая суть пляжно-купального отдыха.

Во многом популярность этого вида туризма была вызвана опосредованной, но крайне востребованной рекламной кампанией, развернутой на страницах различных литературных произведений, в которых с нескрываемым романтическим ореолом описывалась Французская Ривьера (*Côte d'Azur*) – участок Лигурийского побережья Франции от Тулона до Ментоны (практически на границе с Италией). Да и второе название этой территории – Лазурный берег – прочно вошло в обиход благодаря французскому писателю и поэту Стефану Льежару, который в 1870 г. так назвал свой роман, восхищенный изумительной красотой бухты города Йер. Очарование этих мест быстро распространилось по миру со страниц литературных

произведений Жюль Верна, Ги де Мопассана, Сомерсета Моэма, Ф. И. Тютчева, А. П. Чехова, И. А. Бунина, А. И. Куприна, В. Набокова, Эрнеста Хемингуэя и многих др. Но, видимо, наибольшую популярность Французской Ривьере принес роман Ф. С. Фицджеральда «Ночь нежна» (1934). Из более поздних произведений в первую очередь хочется вспомнить «Вечер в Византии» – роман-бестселлер 1973 г. американского писателя Ирвина Шоу.

Ну, и, конечно, художественная богема подогревала интерес к этому месту: Эрнест Менсонье, Эмиль Чарльз Дамерон, Пабло Пикассо, Поль Синьяк, Эжен Буден, Раймон Пейне, Клод Моне... Это далеко не полный перечень художников, в творчестве которых Лазурный берег занимал не последнее место. А дальше, надо полагать, в действие вступило желание ощутить «эффект присутствия». Иными словами, стали активно генерироваться туристические потоки в этом направлении. Так, по имеющейся информации [10], 2 августа 2014 г. пробка на дорогах Франции, соединяющих Париж и Ривьеру, в 12 ч. 25 мин составила 994 км, побив все предыдущие рекорды. А в начале XX в., до периода массового туризма, Французская Ривьера позиционировалась как зимний курорт, куда приезжали спасаться от холода, сыскоти и повышенной влажности весьма обеспеченные жители умеренных широт. А какой бы была на современной туристической карте мира Верона без растажиженных Ромео и Джульетты, Севилья без Кармен и Дон Жуана? Перечень можно продолжать долго.

Таким образом, «тиражируемая мифология» в настоящее время становится одной из движущих сил, направляемой туристические потоки и формирующей целевые установки путешествующих лиц. Соответственно, овладение навыками ее создания выдвигает определенные требования к технологиям, лежащим в основе выбора, обоснования и разработки тура, т. е. налицо сложность самой сущности современного туризма, ставшего уникальным полисинтетическим явлением современности, опирающимся на знания обширного материала из других областей, зачастую не имеющих на первый взгляд прямого отношения к нему. Констатируем: в современном туризме мифологическое мировосприятие начинает увеличивать сферу своего влияния и во многом играет решающую роль в определении выбора потенциального потребителя.

Однако в основе любого «мифа», несмотря на то, что в нем важнейшую составляющую играет преимущественно содержание, а не действительное соответствие **неким** историческим фактам, все же зачастую находятся некие уни-

кальные, не имеющие аналога либо имеющие всеобщую признаваемую ценность факты. В таком случае процесс «мифологизации» для того, чтобы в ходе его был произведен востребованный туристический продукт, должен класть в основу уникам имеющегося феномена. Попробуем пояснить логику данного утверждения.

Так, экологический туризм, по умолчанию, рассматривается как отрасль специализации Беларуси в туризме. Одним из оснований данного утверждения являются высокая степень лесистости страны (39,3%, лесной фонд насчитывает около 9,5 млн га) [11], достаточно слабо подвергшейся антропогенному воздействию. Кроме того, особое значение имеет объект Всемирного наследия ЮНЕСКО Беловежская пуца, включенная в список по критерию природного феномена исключительной природной красоты и эстетической важности, представляющая собой единственный сохранившийся в Европе наиболее крупный остаток реликтового равнинного леса. В этот ряд следует добавить Березинский биосферный заповедник, национальные парки Браславские озера, Нарочанский и Припятский, 26 водно-болотных угодий, охраняемых в рамках Рамсарской конвенции, а также обширные природные массивы, находящиеся в ведении охотхозяйств. Всего же, по состоянию на начало 2016 г., площадь особо охраняемых природных территорий (ООПТ) в Беларуси составляет 1825,6 тыс. га, или 8,8% территории страны [12], что практически соответствует средне-европейским показателям (таблица).

Площадь особо охраняемых природных территорий отдельных стран Европы

Страна	Площадь ООПТ, %
Англия	7
Австрия	свыше 10
Венгрия	5,21
Германия	2,6
Испания	5
Италия	10
Норвегия	7,76
Румыния	5,18
Чехия	около 12
Швеция	8,73
Шотландия	7,3

Таким образом, следует констатировать, что данный показатель не может являться конкурентным преимуществом нашей страны на рынке экологического туризма. Здесь мы идем, образно выражаясь, в европейском фарватере, и не более. Косвенно это можно подтвердить, проанализировав информацию, представленную на Internet-портале www.tut.by [13]. В опубликованном

интервью заместитель министра спорта и туризма Республики Беларусь Портной М. П. сообщил, что после введения в действие Указа Президента Республики Беларусь № 318 от 23 августа 2016 г. «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» [14], Августовский канал за неполные три месяца посетили 2345 чел., что составляет не более 30 чел. в среднестатистический день. Безусловно, вступление в действие данного документа, как и Указов Президента Республики Беларусь № 115 от 9 марта 2015 г. «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» [15] и № 8 от 9 января 2017 г. «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» [16], является весьма полезным шагом, призванным оживить международную туристическую активность на территории нашей страны, однако не играют решающей роли, что подтверждается статистическими данными.

С другой стороны, в преломлении на экологический туризм совершенно не принимается во внимание такой важнейший факт, что территория Беларуси является классической зоной развития краевых ледниковых образований. В широком смысле под словом «классика», понимают нечто, имеющее образцовое значение, нечто в значении лучшего, совершенного, наконец, первого в своем роде, имеющего непреходящую ценность, т. е. на территории нашей страны размещаются общепризнанные эталоны краевых ледниковых образований. Ледниковые же покровы, распространяющиеся здесь в четвертичном периоде, и постледниковые процессы не только определили современный облик подстилающей поверхности Беларуси, но и нанесли значительный отпечаток на особенности организации хозяйственной жизни и ментальной организации нашего народа, выделяя его из числа других. Кроме того, с деятельностью ледников связано размещение на территории Беларуси уникальных природных объектов и этнографических традиций, не имеющих аналогов в Европе, либо находящихся в единичном числе и располагающихся на крайне ограниченных площадях.

Так, пожалуй, как ни у какого другого, у нашего народа были распространены легенды, притчи, сказания, главными действующими лицами которых являлись валуны, или камни, как их называют в народе. А ведь они – наследие ледниковых периодов, принесенные льдом, и так затруднявшие жизнь земледельцу, считавшему, что то ли черт их разбросал, чтобы осложнить жизнь человеку, то ли растут они из-под земли. Это легенды про превращение в камень землепашца, надумавшего работать в

Вялікдзень (камни «Быки» у д. Иканы Борисовского р-на; памятник природы), свадебной процессии, не пожелавшей угостить нищего старика (камни «Свадьба» у д. Деречин Зельвенского р-на, у д. Збляны Лидского р-на, у д. Мостище Браславского р-на) [17] и др. Широкую известность получили легенды про камни «Шаўцы» (у д. Камень Воложинского р-на; памятник природы) и «Краўцы», которые могли шить одежду и обувь.

Кроме того, наши предки поклонялись камню как божеству, из них изготавливали идолов, приносили жертвы (камни-жертвенники), камнями обрамляли капища. Наиболее значимые из них, как с точки зрения формирования «тиражируемой мифологии», активизирующей туристический интерес, так и с точки зрения истории, этнографии, религиозных верований и прочих древних предков белорусов, находятся на берегу оз. Яново (Ушачская группа озер). По мнению ряда исследователей [17 и др.], здесь расположен белорусский «Стоунхэндж» – древняя обсерватория язычников, в которой по закату Солнца определялось наступление самого долгого дня в году, и приносились различные, в том числе и человеческие, жертвы, предваряющие наступление праздника единения человека и природы – Купалья (от слов «укупе», «куп», что значит «вместе», «разом»). Это, потенциально, памятник, который может быть одним из самых значительных «туристических аттракционов», он практически не известен у нас никому, кроме небольшой группы специалистов и энтузиастов краеведческого дела.

Та же судьба постигла и еще один природно-исторический и этнографический феномен – кремневые шахты времен неолита вблизи пос. Красносельский Волковысского р-на. Объекты такого класса имеются в бельгийском Спьеппе (объект Всемирного наследия ЮНЕСКО), британском Граймс-Грейвсе, в Свентокшиских горах на территории Польши. Там они являются туристической меккой. У нас нет такого официального маршрута.

Следует также вспомнить, что на территории Беларуси обнаружен второй по размеру валун в Европе (близ д. Горки Шумилинского р-на, 11 м в длину). Отдельно стоит упомянуть единственный в Европе, по образному выражению Э. А. Левкова, «музей “пад богавай страхою”» [17] – уникальный музейный комплекс и одновременно запланированная по инициативе академика Горецкого Г. И. экспериментальная база по изучению ледниковых валунов в микрорайоне Уручье г. Минска. Он представляет собой карту Беларуси, раскинувшуюся на площади около 4,7 га, где в масштабе 1 : 100 нанесены основные возвышенности, присущие

современному рельефу Беларуси, а на них установлены характерные валуны, собранные именно в тех местах, которые изображены на карте. Это позволяет показать соотношения местных валунных ассоциаций с классическими формами, образованными краем ледника. Белые дорожки для передвижения изображают местоположение крупнейших рек нашей страны. Кроме того, здесь же представлены четыре отдельные экспозиции, посвященные форме ледниковых валунов, петрографическому составу пород Беларуси, питающей провинции (откуда шел ледник) и значению камня в жизни человека. Обрамляет западную границу музея «Аллея легенд». Современным интерактивным игрушкам очень далеко до этого зрелища.

И это только малая часть того, что могло бы сформировать действительно специфиче-

скую, ни на что не похожую, ветвь, можно сказать, типично белорусскую модель экологического туризма.

Заключение. Таким образом, следует отметить: для того чтобы сформировать действительно востребованный и оригинальный тур, соответствующий современным целевым установкам, генерирующим туристический спрос, явно недостаточно владеть непосредственно технологией его создания и продвижения. Как и недостаточно знать, например, лишь размещение и характеристику туристических ресурсов. Современный уровень развития туризма требует искать новые подходы к данному виду деятельности и активно использовать инновационные подходы к формированию и подаче собственного, белорусского «лица» экологического туризма.

Литература

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. 252 с.
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм. 3-е изд. М.; СПб.: Изд. дом Герда, 2002. 320 с.
3. Книга о разнообразии мира. Издание: Джованни дель Пано Карпини. История монгалов., Гильом де Рубрук. Путешествия в восточные страны., Книга Марко Поло. М.: Мысль, 1997.
4. Ливингстон Д. Дневники исследователя Африки; пер. с англ. М.: Эксмо, 2011. 480 с.
5. Миклухо-Маклай Н. Н. Собрание сочинений: в 6 томах. М.: Наука, 1990. Т. 3. 264 с.
6. Хождение за три моря Афанасия Никитина // Библиотека литературы Древней Руси / РАН. ИРЛИ / Подготовка текста М. Д. Каган-Тарковской; Я. С. Лурье; пер. Л. С. Семенова, ком. Я. С. Лурье, Л. С. Семенова. СПб.: Наука, 1999. Т. 7: Вторая половина XV века. 581 с.
7. Дневник первого путешествия Христофора Колумба [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vostlit.info/Texts/rus10/Kolumb/text1.phtml?id=718>. (дата доступа: 20.02.16).
8. Вайль П. Слово в пути. М.: Астрель: CORPUS, 2012. 400 с.
9. Фильм «Сумерки» увеличил турпоток в Трансильванию [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.travel.ru/news/2011/11/25/195805.html> (дата доступа: 02.11.2016).
10. Пробки на дорогах Франции побили все рекорды [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rusmonaco.com/probki-na-dorogah-frantsii-pobili-vse-rekordyi> (дата доступа: 02.11.2016).
11. Официальный сайт М-ва лесного хоз-ва Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mlh.by/ru/forestry/resources.html> (дата доступа: 30.01.2017).
12. Официальный сайт Национального статистического комитета Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/okruzhayushchaya-sreda/sovместnaya-sistema-ekologicheskoi-informatsii2/d-bioraznoobrazie/d-1-osobo-ohranyaemye-prirodnye-territorii> (дата доступа: 30.01.2017).
13. Туристов нужно раскручивать. На что рассчитывает Беларусь, приглашая иностранцев без виз [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.tut.by/society/527016.html> (дата доступа: 30.01.2017).
14. Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан: Указ Президента Респ. Беларусь от 23 авг. 2016 г., № 318 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://etalonline.by/PrintText.aspx?regnum=p31600318> (дата доступа: 31.01.2017).
15. Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан: Указ Президента Респ. Беларусь от 9 марта 2015 г., № 115 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mst.by/ru/law-decree-ru> (дата доступа: 31.01.2017).
16. Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан: Указ Президента Респ. Беларусь от 9 янв. 2017 г., № 8 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pravo.by/novosti/novosti-pravo-by/2017/january/22567/> (дата доступа: 31.01.2017).
17. Ляўкоў Э. А. Маўклівыя сведкі мінуўшчыны. Мінск: Навука і тэхніка, 1992. 215 с.

References

1. Babkin A. V. *Spetsial'nyye vidy turizma* [Special types of tourism]. Rostov n/D., Feniks Publ., 2008. 252 p.

2. Birzhakov M. B. *Vvedeniye v turizm* [Introduction to tourism]. Moscow; St. Petersburg, Izd. Dom "Gerda" Publ., 2002. 320 p.
3. *Kniga o raznoobrazii mira* [The book about a variety of the world. Edition: Giovanni del Plano Carpini. History of Mongols., Guillaume de Roubrouc. Travel to east countries., Marco Polo's Book]. Moscow, Mysl' Publ., 1997.
4. Livingston D. *Dnevniky issledovatelya Afriki* [Diaries of the researcher of the Africa]. Moscow, Eksmo Publ., 2011. 480 p.
5. Miklukho-Maclay N. N. *Sobraniye sochineniy v 6 t.* [Collected works: in 6 vol.]. Moscow, Nauka Publ., 1990. Vol. 3. 264 p.
6. *Khozheniye za tri morya Afanasiya Nikitina* [Circulation for three seas of Afanasy Nikitin]. Library of literature of Ancient Russia. RAS. IRLI. St. Petersburg, Nauka Publ., 1999. Vol. 7: Second half of the 15th century. 581 p.
7. *Dnevnik pervogo puteshestviya Khristofora Columba* [Diary of the first travel of Christopher Columbus]. Available: <http://www.vostlit.info/Texts/rus10/Kolumb/text1.phtml?id=718> (accessed 20.02.2016).
8. Vail Pyotr. *Slovo v puti* [The word in way]. Moscow, Astrel': CORPUS Publ., 2012. 400 p.
9. *Fil'm «Sumerki» uvelichil turpotok v Transil'vaniyu* [The movie "Twilight" has increased tourist flow to Transylvania]. Available mode: <http://www.travel.ru/news/2011/11/25/195805.html> (accessed 11.02.2016).
10. *Probki na dorogakh Frantsii pobili vse rekordy* [Traffic jams of France have broken all records]. Available: <http://rusmonaco.com/probki-na-dorogah-frantsii-pobili-vse-rekordyi> (accessed 11.02.2016).
11. Official site of the Ministry of forestry of Republic of Belarus. Available: <http://www.mlh.by/ru/forestry/resources.html> (accessed 30.01.2017).
12. Official site of National Statistical Committee of Republic of Belarus. Available: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/okruzhayushchaya-sreda/sovmestnaya-sistema-ekologicheskoi-informatsii2/d-bioraznoobrazie/d-1-osobo-ohranyaemye-prirodnye-territorii> (accessed 30.01.2017).
13. *Turistov nuzhno raskruchivat'. Na chto rasschityvayet Belarus', priglasyaya inostrantsev bez viz* [Tourists need to be untwisted. What counts Belarus on, inviting foreigners without visas]. Available: <https://news.tut.by/society/527016.html> (accessed 30.01.2017).
14. About establishment of a visa-free order of entrance and departure of foreign citizens: Decree of the President of Republic Belarus of Aug 23, 2016, no. 318. Available: <http://etalonline.by/PrintText.aspx?regnum=p31600318> (accessed 31.01.2017).
15. About establishment of a visa-free order of entrance and departure of foreign citizens. Decree of the President of Republic Belarus of March 9, 2015, no. 115. Available: <http://www.mst.by/ru/law-decree-ru> (accessed 31.01.2017).
16. About establishment of a visa-free order of entrance and departure of foreign citizens. Decree of the President of Republic Belarus of January 9, 2017, no. 8. Available: <http://www.pravo.by/novosti/novosti-pravo-by/2017/january/22567/> (accessed 31.01.2017).
17. Lyaukou E. A. *Mauklivyya svedki minuushchyny* [Silent witnesses of the past]. Minsk: Navuka i tekhnika Publ., 1992. 215 p.

Информация об авторе

Бессараб Дмитрий Александрович – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента туризма и гостеприимства Института туризма. Белорусский государственный университет физической культуры (220020, г. Минск, пр. Победителей, 105, Республика Беларусь). E-mail: dibess1@yandex.ru

Information about the authors

Bessarab Dmitry Alexandrovich – PhD (Geography), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Tourism Management and Hospitality of The Institute of Tourism. Belarusian State University of Physical culture (105, Pobediteley Ave., 220020, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: dibess1@yandex.ru

Поступила 27.04.2017